View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk
brought to you by CORE
provided by Universidad Nacional de La Plata: Portal del Revistas del UNLP

Año 1 I Volumen 1
NÚMERO 1
Ayana
Revista de Investigación en Turismo

# REPRESENTACIÓN VISUAL DEL PATRIMONIO DE LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO, MÉXICO, DESDE LA GESTIÓN TURÍSTICA PÚBLICA

**Dra. Katya Meredith García Quevedo**
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
Morelia. México.
0000-0001-5035-039X
meredith.garcia@umich.mx

**Dr. Eugenio Mercado López**
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
Morelia México.
0000-0003-0352-4136
eugenio.mercado@umich.mx

## RESUMEN

Las representaciones visuales del patrimonio y del territorio son frecuentemente utilizadas como usufructo de la publicidad y de la gestión turística. Se observa que en un territorio turístico se relacionan, entre otros procesos, la construcción de imaginarios, la identificación del patrimonio por jerarquía institucional, así como la codificación de la cultura y/o valoración simbólica hegemónica. Por tanto, se propone el estudio de la representación visual del patrimonio de la Zona Lacustre de Pátzcuaro en Michoacán, México, región en la que existe una larga tradición turística en convivencia con las comunidades indígenas. Como objetivo central se tiene establecer la correlación entre el discurso implícito en la imagen turística, desde las primeras representaciones de ese territorio hasta la actualidad, y la percepción de los gestores turísticos públicos. El método propuesto parte del análisis de contenido de cada ilustración compilada y de las entrevistas a los actores adscritos al sector público. Se pretende mostrar cómo se ha utilizado el patrimonio en la imagen turística, cuáles elementos son más representativos o atractivos desde la perspectiva de la gestión pública, así como la importancia que le dan los funcionarios públicos a su relación con las comunidades indígenas; todo ello nos revela el imaginario en la gestión pública y el contraste de éste con la preeminencia de la representación visual de la zona.

## PALABRAS CLAVE

comunidades ➤ gestión turística ➤ imagen turística ➤ patrimonio territorial ➤ Pátzcuaro

**REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO, MÉXICO, DESDE LA GESTIÓN TURÍSTICA PÚBLICA**
**Autores:**
Dra. Katya Meredith García Quevedo y Dr. Eugenio Mercado López.

**Recibido**
15 de junio, 2020.

**Aprobado**
17 de de septiembre, 2020.

**DOI**
–https://doi.org/10.24215/27186717e007

**Ayana** *Revista de Investigación en Turismo*
**I Vol. 1 N° 1 I Diciembre 2020 - Mayo 2021**
**ISSN** 2718- 6717
**Entidad editora** Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas (Universidad Nacional de La Plata)
La Plata I Buenos Aires I Argentina
***http://revistas.unlp.edu.ar/ayana***

Ayana se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional.

DICIEMBRE 2020 I MAYO 2021
Año 1 I Volumen 1
NÚMERO 1
ISSN 2718- 6717
Ayana
Revista de Investigación en Turismo

# VISUAL REPRESENTATION OF THE HERITAGE OF THE LAKE ZONE OF PATZCUARO, MEXICO, FROM THE PUBLIC TOURIST MANAGEMENT'S PERSPECTIVE

## ABSTRACT

The heritage and territory visual representations are frequently used as a usufruct of advertising and tourism management. It is observed that some processes are related in tourist territory, such as imaginary construction, heritage identification according to the institutional hierarchy, and culture codification or hegemonic symbolic valuation. Therefore, the study of the visual representation of the heritage of the Pátzcuaro Lake Zone in Michoacán, Mexico, is proposed. This region has a long-standing tourist tradition in coexistence with the indigenous communities. The main objective is to establish the correlation between the implicit discourse in the tourist image, from the first representations of that territory to the present, and the public tourism managers' perception. The proposed method starts with the content analysis of each compiled illustration and the interviews with the public sector actors. It aims to show how heritage has been used in the tourist image, which elements are more representative or attractive from the public administration perspective, as well as the importance attached by public officials to their relationship with the indigenous communities; all this reveals the imaginary in the public administration and its contrast with the pre-eminence of the visual representation of the area.

## KEYWORDS

communities ➤ Pátzcuaro ➤ territorial heritage ➤ tourism management ➤ tourist image.

# REPRESENTAÇÃO VISUAL DO PATRIMÔNIO DA ZONA DO LAGO DE PÁTZCUARO, NO MÉXICO, DESDE A GESTÃO DO TURISMO PÚBLICO

## RESUMO

As representações visuais do patrimônio e do território são frequentemente utilizadas como usufruto de publicidade e gestão turística. Observa-se que em um território turístico estão relacionados, entre outros processos, a construção de imaginários, a identificação do patrimônio por hierarquia institucional, bem como a codificação da cultura e / ou valorização simbólica hegemônica. Por isso, propõe-se o estudo da representação visual do patrimônio da Zona do Lago Pátzcuaro em Michoacán, no México, região na qual existe uma longa tradição turística de convivência com comunidades indígenas. O objetivo principal é estabelecer a correlação entre o discurso implícito na imagem do turista, desde as primeiras representações daquele território até a atualidade, e a percepção dos gestores públicos de turismo. O método proposto parte da análise de conteúdo de cada ilustração compilada e das entrevistas com os atores atribuídos ao setor público. Pretende-se mostrar como o patrimônio tem sido utilizado na imagem turística, quais os elementos mais representativos ou atrativos do ponto de vista da gestão pública, bem como a importância que os agentes/funcionários públicos atribuem à sua relação com as comunidades indígenas; tudo isso revela o imaginário da gestão pública e seu contraste com a preeminência da representação visual da área.

## PALAVRAS CHAVE

comunidade ➤ gestão do turismo ➤ imagem turística ➤ patrimônio territorial ➤ Pátzcuaro.

Ayana se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional.

## Introducción

La Zona Lacustre de Pátzcuaro se encuentra ubicada en el estado de Michoacán, en la región centro-occidente de México. Las poblaciones asentadas en ese lugar son habitadas en su mayoría por la etnia purépecha, la cual conserva costumbres y tradiciones producto de la conjunción de la cultura prehispánica y europea durante la etapa virreinal. Esas formas de vida, sus expresiones materiales e inmateriales de cultura, así como los atractivos naturales, han hecho de esta región uno de los destinos turísticos más relevantes de Michoacán y de México, dado particularmente por la celebración de la Noche de Ánimas, la cual ha sido ampliamente difundida y reconocida a nivel mundial.

Algunas de esas poblaciones están incluidas en el programa Pueblos Mágicos del gobierno federal, en tanto que el gobierno del estado de Michoacán diseñó e implementó la Ruta don Vasco a partir del año 2008, la cual trata de mostrar el quehacer en favor de los indígenas de Vasco de Quiroga, primer Obispo de Michoacán en el siglo XVI. Durante las últimas décadas, las autoridades federales, estatales y municipales han promovido esta región utilizando diversas estrategias, además de realizar acciones y obras públicas en función de su aprovechamiento turístico.

Si bien el reconocimiento de lo que actualmente conocemos como patrimonio cultural fue anterior al turismo, esta actividad ha contribuido en buena medida a una mayor difusión y valoración de los bienes culturales, influyendo sin duda en su aprecio y conservación. En este contexto, se ha planteado al territorio turístico del lago de Pátzcuaro como ámbito de estudio para realizar una investigación doctoral. Entre los objetivos se encuentran indagar acerca de la representación visual del patrimonio y de la percepción de los gestores turísticos públicos, así como desarrollar un modelo de análisis, metodología e instrumentos, que permitieran dilucidar la relación entre la imagen turística, la percepción de los actores involucrados y la conservación del patrimonio.

Para el caso del presente artículo, se consideró conveniente acotar y exponer lo referente a la percepción sobre el patrimonio de los gestores del ámbito público y su relación en la representación visual de éste para su promoción. La propuesta de tal enfoque metodológico resulta una aportación por sí misma, original y replicable en otros contextos, sin embargo, los resultados también aportan información que puede ser utilizada en apoyo de la gestión pública. Por lo anterior, se hace énfasis en la explicación del método, para lo cual se abordan inicialmente algunos aspectos teórico-conceptuales, los aspectos generales de la región estudiada, y, posteriormente, los métodos e instrumentos que nos conducen a los principales resultados y a las reflexiones generales.

## Algunas consideraciones conceptuales y teóricas

El patrimonio cultural es un elemento clave, concebirlo como una construcción social es una extensión contemporánea, que no difiere de los "procesos de representación y legitimización simbólica de las ideologías" (Prats, 2011, p.64). Por tanto, corresponde a un proceso de selección que eventualmente muestra las relaciones de poder vigentes en la sociedad actual, consumado por instituciones o individuos concretos e intencionados (Graham et al., 2000; Prats, 2011). De igual manera la concepción de patrimonio se ha ampliado espacialmente, de modo que tanto el patrimonio como el paisaje forman una parte importante del territorio, que puede ser valorado instrumentalmente (eco-

lógico, económico o geopolítico) o culturalmente (simbólico o expresivo) (Giménez, 1996).

Esa valoración no es solamente una apreciación subjetiva, sino que lleva implícita una intervención sobre el territorio, como un recurso susceptible de ser aprovechado con fines culturales, económicos, políticos, etc. (Giménez, 1996). Se puede hablar de patrimonio territorial cuando, en dicho espacio, los contenidos estéticos, históricos, naturales y simbólicos forman un paisaje o un conjunto, como una unidad, un todo con carácter, dinámica propia y con el poder de generar emociones, ideas e identidades (Castellanos Arenas, 2012, p.30). Para el entendimiento de la representación del patrimonio territorial en la imagen turística y en la percepción, es menester enfocarnos en el concepto "representar", es decir, ser la imagen o el símbolo de algo. Stuart Hall (1997) asume que los signos visuales y las imágenes tienen una gran semejanza con las cosas a las cuales se refieren, ya que portan sentido, y, por tanto, deben de ser interpretados.

Las representaciones del patrimonio en la tradición oral, la pintura y la literatura fueron sustituidas en buena medida por la fotografía, lo cual contribuyó en la consolidación de imaginarios a partir de monumentos, espacios, lugares representativos, que poco a poco se convirtieron en imágenes tópicas. Así, en el momento en que el turismo y los medios de comunicación utilizan estas representaciones, se superponen tres memorias: la consciencia individual, la memoria externa y participativa y una tercera, fijada en el organismo, que no evoca imágenes y media en la adaptación con el entorno (Moya Pellitero, 2011, p. 384).

Así, el patrimonio territorial es uno de los principales elementos que configuran a un producto turístico apto para comercializarse, para lo cual se requiere representarlo visualmente; es decir, necesita de una identificación precisa que lo distinga de otros, de una "marca o imagen que llegue de forma rápida, concisa y excluyente a los potenciales usuarios" (Rodríguez, 1998, p.63). Mientras que en los entornos próximos la imagen se conforma a través de la interacción cotidiana con el espacio, en los lugares más alejados, como sucede en el ámbito turístico, los medios de comunicación masiva tienen un papel relevante en la creación de imágenes en los receptores (Alvarado Sizzo, 2012).

Varios autores afirman que la percepción es inducida, entre otras cosas, por los agentes turísticos (Rodríguez, 1998; Roma Casanovas, 2009; Ruiz y Menero, 2011). Sin embargo, estos actores no interactúan con la realidad objetiva de los lugares que se visitan y, a veces, ni siquiera los consumidores (turistas) llegan a hacerlo (Roma Casanovas, 2009). Es decir, que los gestores turísticos toman decisiones generalmente desde el gabinete y no salen a vivir el espacio de los lugares que se promocionara; con frecuencia el turista hace sus recorridos de igual manera, sin penetrarse en la realidad de los destinos turísticos. Como resultado, la imagen turística es el intermediario que, de acuerdo con el papel social de la publicidad, apunta a "capturar los significados ya existentes en el colectivo imaginario y adaptarlos a los productos ofertados en el mercado de consumo" (Codeluppi, 2007, p. 151).

En definitiva, diversos autores coinciden en que la publicidad influirá directamente en los niveles de valoración y significación, e indirectamente en la transformación de nuestro entorno (Codeluppi, 2007; Fernández Gómez, 2004; Torres i Prat, 2004). El entorno incluye los testimonios y manifestaciones culturales con las cuales se identifican las comunidades y que probablemente legarán a las futuras generaciones; es decir, el patrimonio cultural como construcción social (Prats, 1998). Así, la representación de algunos de los rasgos de ese patrimonio es con frecuencia utilizada para un fin que, en muchas ocasiones, lejos de beneficiarle puede acabar por afectar su lectura y valoración, inclusive por parte de los mismos gestores turísticos.

Tras lo anterior, el patrimonio territorial con miras a su gestión y utilización turística se relaciona con procesos tales como la reconstrucción del imaginario, identificación del patrimonio por jerarquía institucional, codificación de la cultura o la valoración simbólica hegemónica. Según María Velasco González (2009), la mayor dificultad para la gestión turística del patrimonio cultural es que se ponen en contacto dos ámbitos muy diferentes: el sector turístico y el sector del patrimonio cultural. Estos ámbitos de actividad están estructurados por marcos conceptuales diversos, con valores y creencias que responden a criterios igualmente variados (Velasco González, 2009).

Guillermo Miranda (2007) infiere que la gestión pública del patrimonio deriva de la relación entre aprovechamiento turístico y mantenimiento del carácter identitario de los espacios patrimoniales; para ello, es necesario mantener un sentido integral, que identifique, valorice y conserve todos los elementos patrimoniales y el carácter de cada paisaje (Troitiño Vinuesa, 2011). En este orden de ideas, en el esquema de la Figura 1 se exponen los principales elementos del patrimonio utilizados en la imagen turística, mediante el proceso de percepción y su influencia en la gestión y las políticas públicas.

*Figura 1. Esquema de conceptos en el proceso de utilización del patrimonio en la imagen turística*

Fuente: elaboración propia

Así, en esta investigación se busca estudiar dos aspectos: primero, la imagen turística que utiliza al patrimonio material e inmaterial como contenido principal; y segundo, la percepción y la consecuente valoración y gestión de esta imagen y del patrimonio por parte de los funcionarios. La indagación tiene como base el análisis de contenido e interpretación semiótica de las imágenes turísticas, compiladas en los medios impresos y la Internet. La interpretación resultante se complementa con entrevistas a funcionarios públicos, a efecto de identificar su percepción en torno a la valoración del patrimonio territorial estudiado. Los resultados llevan a la conclusión de que los elementos más repre-

sentativos y/o atractivos de la zona no han cambiado por completo desde la afluencia de los primeros visitantes a esta región. En definitiva, se ha mantenido la idea de procurar a los elementos del patrimonio edificado y a las actividades cotidianas de los pobladores del sitio como ejes de la imagen turística.

## La zona lacustre de Pátzcuaro como territorio turístico

La zona de estudio es una cuenca lacustre en torno al lago de Pátzcuaro, a poco más de 50 kilómetros al suroeste de Morelia, la capital del estado de Michoacán (ver localización en la Figura 2). Actualmente, Pátzcuaro es la cabecera municipal de mayor importancia de la Zona Lacustre, manteniendo su relevancia como un destino turístico de primer orden en el estado.

*Figura 2. Localización de Michoacán y de la zona lacustre de Pátzcuaro*

Fuente: http://rutadonvasco.com/es/

Desde finales del siglo XIX ya se había visualizado a esta región como un destino turístico, aprovechando sus atractivos culturales y naturales, para lo cual se realizaron, desde esa época, las primeras acciones de promoción en el ámbito nacional e internacional. Dicha difusión se apoyó en textos e imágenes que daban cuenta de las particularidades del sitio, enfatizando en las formas de vida ancestrales (Ramírez Romero, 1986, como se citó en Martínez Aguilar, 2017).

Por su parte, políticos y empresarios apostaron por obras y servicios dirigidos a atraer turistas: "construyeron y

mejoraron hoteles y casas de campo, ofrecieron más y mejores servicios de alimentación, pusieron en marcha un sistema de tranvías, organizaron y promovieron viajes y excursiones, entre otras estrategias" (Martínez Aguilar, 2017, p. 410). La mayoría de los turistas, además de visitar este pueblo, se trasladaban al muelle y luego en canoa a la isla de Janitzio o a Tzintzuntzan. El lago y los pobladores fueron desde esa época un motivo preferido para las fotografías (Figura 3).

*Figura 3. Lake Pátzcuaro in the State of Michoacan, Mexico[Lago de Pátzcuaro en el estado de Michoacán, México]*

Fuente: Breheme, 1942. Colección privada de José Manuel Martínez

En el momento histórico posterior a la Revolución Mexicana de 1910, sobresalió la figura del general Lázaro Cárdenas quien impulsó fuertemente esa actividad turística en ese sitio. Así, durante las décadas de 1920 y 1930 el turismo se fortaleció, y la permanencia de los rasgos culturales de la región —como principal atractivo— permitió su desarrollo durante el siglo y evolución hasta la actualidad, de modo que ha sido la base que sustenta la incorporación del sitio en programas como el de Pueblos Mágicos y la Ruta Don Vasco (Mercado López, 2016).

Esta última ruta ha operado desde el año 2008 y comprende varias regiones del estado de Michoacán. Entre ellas se encuentra la Zona Lacustre de Pátzcuaro, que es la de mayor extensión y también la más representativa en torno al legado de Don Vasco de Quiroga. Por tanto, el estudio propuesta se ha enfocado en las localidades privilegiadas por la publicidad (mapas y folletos turísticos) de esta zona, como son: las Islas de Janitzio y Jarácuaro, así como las poblaciones de Pátzcuaro, Tzintzuntzan, Quiroga, Ihuatzio, Cucuchucho, Tocuaro, Tupátaro, Cuanajo, Zirahuén, San Francisco Uricho, Santa Clara del Cobre, Santa Fé de la Laguna, Tzurumútaro y Erongarícuaro. En la Figura 4 se muestra un mapa turístico en el cual se indican las principales localidades promocionadas en la ruta turística.

*Figura 4. Mapa turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro.*

Fuente: www.pátzcuaro.com

## De las primeras representaciones del territorio a las imágenes de la Ruta de Don Vasco

Los primeros libros de viajeros de fines del siglo XIX mostraron la suma de vivencias sobre los lugares visitados en México, en los cuales se hacía promoción de los sitios, y generaban el interés en otros viajeros. Por su parte, las fotografías, sobre todo las captadas por extranjeros, que "[…] se dieron a conocer a través de libros, guías de viajeros, periódicos o postales, debieron causar impacto entre sus compatriotas, pues muchos llegaban con la idea de apreciar y retratar indígenas" (Martínez Aguilar, 2017, p. 412). Se representaba a los habitantes tal como los habían visto previamente; caminando, sentados o de pie en la calle o frente a edificios religiosos, plazas o en canoas y, particularmente, replicando escenas del paisaje del lago (Chávez, 2013).

Para la investigación, se obtuvieron 25 imágenes de fines del siglo XIX y primeras décadas del XX, a partir de varios artículos académicos (García Sánchez, 2015; Martínez Aguilar, 2017; Mercado, 2017), así como de la colección personal de José Manuel Martínez. En general, esas primeras imágenes no tienen la datación exacta, solo se sabe que fueron promocionadas desde inicios del siglo XX. Entre los sitios y expresiones culturales que más destacaban para visitarse o apreciarse, se encontraban las personas con rasgos indígenas; el templo de la Virgen de la Salud; las plazas y fuentes de Pátzcuaro (ver Figura 5); el paisaje Lacustre, incluyendo los pescadores; la isla de Janitzio y la población de Tzintzuntzan. Todos ellos ya se perfilaban como atractivos turísticos incipientes.

*Figura 5 Postal del Hotel Marcado*

Fuente: Colección de José Manuel Martínez

En el caso de imágenes más recientes, las principales fuentes de información fueron los artículos periodísticos y científicos, las guías de turismo, tanto oficiales como comerciales, al igual que las imágenes que se pueden obtener en las páginas web de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán, en particular las referidas a la Ruta Don Vasco. En total, se estudiaron 207 imágenes, temporalmente ubicadas desde fines del siglo XIX hasta la actualidad; de ellas, 186 son contemporáneas y el resto de inicios del siglo XX.

## La estrategia metodológica

La propuesta metodológica es de enfoque mixto y se divide en tres etapas con sus respectivos métodos (ver en la Tabla 1). La primera etapa es la sección metodológica (ya publicada en García Quevedo y Mercado López, 2019), en donde se realizó un análisis de contenido de la imagen publicitaria; para ello, se utilizó un enfoque descriptivo a efecto de identificar cómo se utiliza el patrimonio en la promoción turística. Posteriormente, se efectuó un análisis de contenido más profundo para identificar la connotación y el discurso inherente, tanto de imágenes contemporáneas como de algunas históricas. La segunda etapa consistió en un acercamiento interpretativo a la percepción en torno al patrimonio y la imagen turística por parte de los gestores públicos. La tercera etapa se refiere al análisis correlacional entre el contenido de la publicidad turística analizada y el discurso de los gestores. Tanto los instrumentos como la interpretación de la percepción se construyeron con base en un estudio preliminar y más generalizado (empírico) de la publicidad turística.

**Tabla 1. Relación de métodos, instrumentos y fuentes**

| Etapa | Métodos | Instrumentos | Fuentes |
|---|---|---|---|
| Primera | Análisis de contenido (Cuantitativo) | Ficha de inventario de la imagen turística.<br>Imágenes contemporáneas<br>Imágenes históricas | Unidades de información turística oficiales y guías de turismo: folletos, mapas, revistas. |
| | | | Artículos sobre imaginarios, viajeros y publicidad histórica de la Z. L. de Pátzcuaro. |
| Segunda | Estudio tipo encuesta (Cualitativo) | Guión de entrevista semi estructurada- fotográfica. | Funcionarios y ex-funcionarios públicos del departamento turístico local y estatal. |
| Tercera | Análisis correlacional (Cuantitativo-Cualitativo) | Tabla correlacional de los principales elementos de la imagen turística. | Los indicadores del resumen de los resultados de las primeras etapas. |

Fuente: elaboración propia a partir de la metodología propuesta

El análisis del contenido es entendido como un conjunto de técnicas y herramientas aplicadas a discursos, en el que grandes cantidades de información son reducidas a unas pocas categorías semánticas utilizando una serie de reglas explícitas de codificación (Krippendorff, 1980; Weber, 1990). Para efecto de esta investigación, interesa la identificación de las representaciones y su denotación; por tanto, se trabajó el análisis del contenido de tipo cuantitativo, pero con apoyo de una interpretación semiótica para una mejor categorización.

El estudio de tipo encuesta es un método cualitativo de las ciencias sociales que tienen como objetivo obtener información por medio de cuestionarios o entrevistas. En este caso se propuso la entrevista semi-estructurada de carácter exploratorio con un enfoque explicativo. Por su parte, el estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos o categorías en una muestra o contexto particular, en el cual primero se mide cada una de éstas (Hernández et al., 2014, p.93). El objetivo es saber cómo se puede comportar un concepto al conocer las otras variables vinculadas, en este caso, la valoración de la relación entre la imagen turística per se y el discurso del sector turístico público.

## Ficha de inventario y de análisis de contenido de la imagen turística

En esta ficha se fusionaron el inventario y el análisis del contenido de las imágenes turísticas oficiales, recopiladas en folletos, internet, mapas, guías y revistas impresas. Para ordenar y analizar el material se emplearon dos dimensiones: la Identificación y el Nivel de Codificación, a su vez dividido en Icónico e Iconográfico (Eco, 1986). Los indicadores de la dimensión de Identificación fueron: institución, año, medio de difusión y texto. En cuanto al Nivel de Codificación Icónico, se propuso dividirlo en Descriptivo y Simplificado, ya que se consideró necesario tener una descripción general, además de la identificación de los diferentes elementos destacados. El Nivel de Codificación Iconográfico corresponde a la connotación o a una interpretación semiótica, que facilitó la codificación e interpretación

de los resultados. En la Figura 6 se muestra la ficha de la imagen de unos pescadores o "mariposeros" en el lago para ilustrar este aspecto.

*Figura 6. Ejemplo de ficha de inventario y análisis de contenido de la imagen turística*

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro
FICHA DE INVENTARIO Y ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA IMAGEN TURÍSTICA

| IDENTIFICACIÓN | | | | | | | NIVEL DE CODIFICACIÓN | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CLA | INSTITUCIÓN | AÑO | PAG WEB | TEXTO | LOCALIDAD | SITIO | ICÓNICO /DESCRIPTIVO | ICÓNICO/ SIMPLIFICADO | | | | ICONOGRÁFICO | |
| W 01 | Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán | 2017 | rutadonvasco.com | Circuito El Alma De Don Vasco | Janitzio | Lago | Lago de Pátzcuaro Lanchas y artes de pesca Dos pescadores con vestimenta tradicional de apariencia pulcra. | Patrimonio inmaterial | x | Gastronomía | | Conservación de tradición | |
| | | | | | | | | | | Artes/Oficio | x | Anfitrion cálido | |
| | | | | | | | | | | Expresión religiosa | | Indigenismo/ Autoctono | x |
| | | | | | | | | | | Gente | x | Cotidianeidad | x |
| | | | | | | | | Paisaje Panorama | | Paisaje Urbano | | Trabajo/ Preservación de artes y oficios | x |
| | | | | | | | | | | Paisaje Rural | x | Pureza | |
| | | | | | | | | Patrimonio material | | Arquitectura exterior | | Antiguo/ Historia | |
| | | | | | | | | | | Arquitectura interior | | Misticismo | |
| | | | | | | | | Atractivo Natural | | Elemento Naturaleza | | Platillos de origen/ricos | |

IMAGEN

Fuente: elaboración propia a partir de la metodología

A efecto de vincular la Codificación Icónica Simplificada con los elementos patrimoniales, se establecieron las siguientes categorías: Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Material, Paisaje-Panorama, así como Atractivo Natural. Lo anterior en concordancia con lo planteado por Hiriart Pardo (2018), quien considera que, en este territorio constituido como un itinerario cultural y turístico, se incorporan el patrimonio material e inmaterial, así como el paisaje cultural como elementos para el desarrollo local y para integrar los trayectos como una unidad territorial. A partir del análisis de las fichas, se identificaron las siguientes sub-categorías expuestas en la Tabla 2.

**Tabla 2**. Categorías, subcategorías y descripción

| CATEGORÍA | SUBCATEGORÍA | DESCRIPCIÓN (lo referente al concepto) |
|---|---|---|
| PATRIMONIO INMATERIAL | Gastronomía | Alimentación y platillos típicos: personas cocinando, solo un platillo o los enseres de la cocina |
| | Danzas | Danzantes, vestimentas o elementos de alguna danza |
| | Artes y oficios | Artesanías, artesanos en práctica, instrumentos, puestos de venta |
| | Expresiones religiosas | Elementos, prácticas o tradiciones religiosas: altares, exposiciones o cualquier elementos de veneración |
| | Gente local | Personas originarias de la Zona Lacustre de Pátzcuaro o modelos vestidas como tal. No turistas. |
| PAISAJE-PANORAMA | Paisaje Urbano | Panorama donde predominan los caseríos o elementos urbanos: tejados, vista aérea o ampliada de un pueblo, enclaves urbanos, calles y plazas públicas. |
| | Paisaje Rural | Panorama en donde predomina el campo, elementos de la naturaleza y culturales mezclados a nivel campestre: miradores, parajes, lagos y lagunas... |
| PATRIMONIO MATERIAL | Arquitectura exterior | Visualización de inmuebles desde el exterior, con poco contexto, intención de maximizar fachadas. |
| | Arquitectura interior | Visualización del interior del inmueble, detalle en muebles y otros elementos decorativos. |
| ATRACTIVO NATURALEZA | Elemento natural | Elemento meramente natural, sin intención de mostrar el contexto cultural: una flor, una cascada. |

Fuente: Elaboración propia

Como ya se mencionó, al aplicar dichas categorías al análisis de las imágenes, se necesitó de la interpretación semiótica publicitaria para tratar de interpretar el tipo de mensaje que se quería dar, ya que en su totalidad se encontraron más de una categoría. Sin embargo, en algunos casos se consideró solo uno de dos elementos denotativos, de acuerdo al nivel de protagonismo y énfasis mostrado por la posición, color, tamaño, perspectiva, etc., del elemento, es decir, intentando interpretar lo que realmente se quería promocionar.

## Guion de entrevista semi-estructurada

En general, los temas abordados son en torno a opinión, experiencia, valoración e identificación de imágenes. Para facilitar el llenado de la entrevista semi-estructurada in situ, el formato se dividió en tres apartados generales: introducción, sondeo general y exploración a profundidad. Se buscó realizar las entrevistas en el menor tiempo posible, con grabación de audio y el registro escrito de palabras claves, del lenguaje corporal y demás detalles considerados relevantes. La introducción consta de un encabezado con los datos de identificación de la entrevista, de una presentación con la solicitud de colaboración y de los datos de ubicación: nombre, edad, puesto, periodo y departamento.

El sondeo general contiene los apartados de Nivel de Estimación del Patrimonio y el de Identificación de la Ruta de

Don Vasco. El primer apartado trata sobre la valoración del patrimonio en cuanto a conservación y atractivo turístico, en donde las primeras preguntas fueron abiertas, en tanto que la última induce al participante a elegir tres de 14 íconos (fotografías en la Figura 7) de mayor a menor importancia. En cuanto al apartado de la Identificación de la Ruta de Don Vasco, consta de preguntas abiertas en torno a la experiencia del entrevistado en relación con la gestión y promoción de la Ruta Don Vasco.

*Figura 7. Fotografías de los íconos de opción en la pregunta cerrada*

**Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro.**

**Fecha:**_____**Lugar:**_____**Cuestionario No.**_____

Solicitamos atentamente nos ayude a obtener información sobre su percepción del sitio donde reside. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación y serán rigurosamente confidenciales. Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

**PRIMERA PARTE: SONDEO GENERAL**

DATOS DEMOGRÁFICOS

I. LOCALIDAD DE ORIGEN_____

II. GÉNERO - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - 1) Femenino ☐ 2) Masculino ☐

III. EDAD - - - - - - - - - 1) 18-40 años ☐ 2) 40-60 años ☐ 3) 60-más ☐

IV. OCUPACIÓN- - - - 1)Ama de casa ☐ 2) Empleado ☐ 3) Desempleado ☐
4) Estudiante ☐ 5) Por su cuenta ☐ 6) Otra _____

CONOCIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO

1. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) considera las más importantes en su localidad y que deberían cuidarse (conservarse)? -

2. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como los más atractivos (importantes) de su localidad?_____

¿Y de la región? Elige tres opciones de mayor a menor importancia.

3. ¿Cree que su comunidad hace algo para cuidarlos (conservarlos) y promoverlos? ¿Qué?

Fuente: Guion de entrevista, elaboración propia

## Los principales elementos de representación patrimonial en la imagen del territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro

A partir de la aplicación y análisis de los instrumentos antes expuestos, se encontraron los principales elementos patrimoniales que se representan en la publicidad oficial del territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Para la recopilación de imágenes, se consideraron ejemplares en físico de folletos, mapas, guías, etc. de la temporalidad 2008-2018, emitidos por la Secretaria de Turismo del Estado de Michoacán, y tanto físicos como digitalizados del siglo XX e inicios del XXI. Este material se ubicó a partir de lo publicado en investigaciones previas o bien en colecciones privadas.

En el análisis comparativo entre las imágenes impresas y las de internet, se destaca que en las ilustraciones de los folletos se hacen composiciones más elaboradas, desde montajes hasta carteles con animaciones gráficas. En cambio las imágenes extraídas de internet resultan fotografías de alta calidad sin agregados o ediciones llamativas, ya que la animación se da por medio del diseño general entre la interacción y el fondo de la página. En la Figura 8 se puede apreciar una comparación de los dos tipos de imágenes bajo un mismo concepto o elemento patrimonial.

*FIgura 8. Imagen internet. Niño con mascara de la danza de "Los viejitos".*

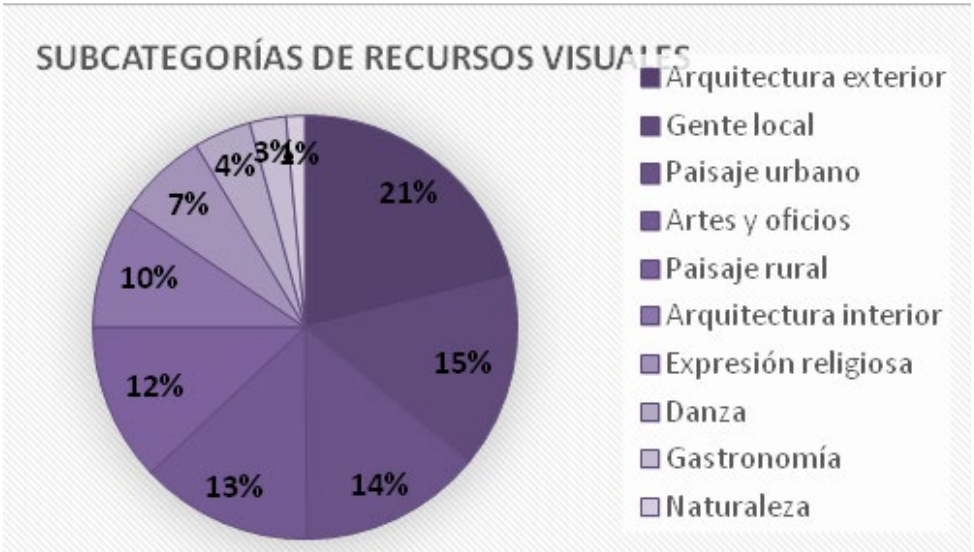
Fuente: Apartado Pátzcuaro Pueblo Mágico en http://michoacan.travel/es/

*Figura 9 Danzantes de "Los viejitos" en la Plaza Don Vasco de Pátzcuaro.*

Folleto de las regiones turísticas de Michoacán, SECTUR

De acuerdo a la Codificación Icónica Simplificada, se obtuvo que la categoría general de Patrimonio Inmaterial fue la predominante (42%), ya que en dicha categoría se identificaron más elementos, como la gastronomía, danza, artes, etc. En segundo lugar se ubicó el Paisaje-Panorama (29%) y en tercero el Patrimonio Material (28,5%). Sin embargo, aunque de manera general predomina el Patrimonio Inmaterial como recurso visual, de entre todas las subcategorías sobresale la Arquitectura Exterior con un promedio de 21,0%. Ver porcentajes en la Figura 10 y en la Tabla 3.

*Figura 10. Gráfica de porcentajes de recursos visuales del patrimonio en la imagen turística*




Fuente: elaboración propia a partir de porcentajes de las subcategorías del patrimonio

**Tabla 3. Cotejo del nivel icónico simplificado de la imagen en papel con el de la web**

| ICÓNICO-SIMPLICADO/IMAGEN EN PAPEL | | | | ICÓNICO-SIMPLICADO/IMAGEN EN INTERNET | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CATEGORÍA | % | SUB CATEGORÍA | % | CATEGORÍA | % | SUB CATEGORÍA | % |
| Patrimonio inmaterial | 42 | Gastronomía | 3,90 | Patrimonio inmaterial | 42,4 | Gastronomía | 1,6 |
| | | Danza | 3,90 | | | Danza | 4,8 |
| | | Artes y oficios | 13,17 | | | Artes y oficios | 12,8 |
| | | Expresión religiosa | 7,31 | | | Expresión religiosa | 6,4 |
| | | Gente local | 12,68 | | | Gente local | 16,8 |
| | | *Don Vasco | 0,97 | | | Don Vasco | |
| Paisaje-Panorama | 29 | Paisaje Urbano | 13,41 | Paisaje-Panorama | 22,8 | Paisaje Urbano | 14,4 |
| | | Paisaje Rural | 15,60 | | | Paisaje Rural | 8,4 |
| Patrimonio material | 28,5 | Arquitectura exterior | 21,21 | Patrimonio material | 32,4 | Arquitectura exterior | 20,8 |
| | | Arquitectura interior | 7,31 | | | Arquitectura interior | 11,6 |
| Atractivo Natural | 0,48 | Elemento de la Naturaleza | 0,48 | Atractivo Natural | 2,4 | Elemento de la Naturaleza | 2,4 |

Fuente: elaboración propia a partir de los porcentajes de las categorías y subcategorías de recursos visuales

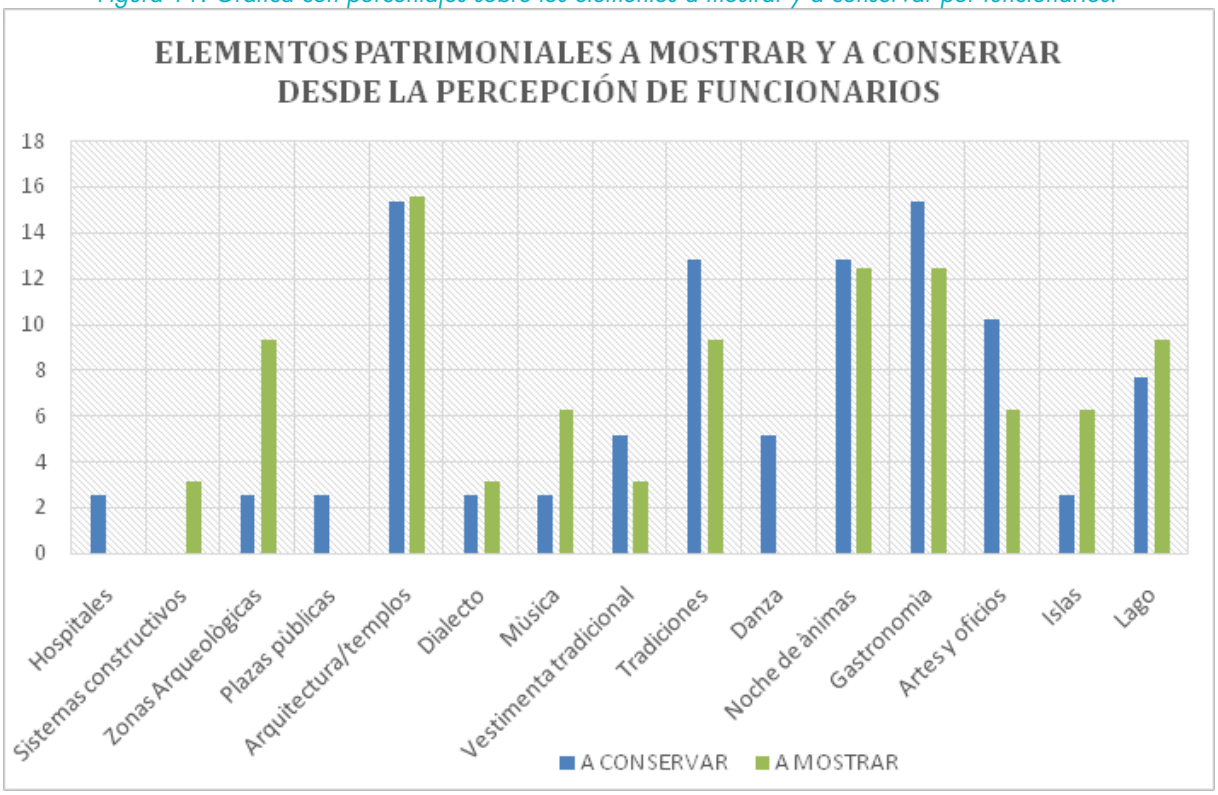
En cuanto al Nivel de Codificación Iconográfico, los conceptos más utilizados en todas las categorías de representaciones visuales son lo antiguo (18%), lo autóctono (10%) y en relación con el trabajo en las artes y oficios (8%); estos apartados fueron de utilidad para complementar algunas interpretaciones y reflexiones generales.

## Percepción del sector turístico público en torno al patrimonio y a la imagen turística de este territorio

Para lograr una interpretación más puntual de la percepción por parte de funcionarios, se procesaron cuantitativamente la mitad de las preguntas del guion de entrevistas, el resto sirvieron para dar contexto al análisis. Un aspecto importante fue la libertad y amplitud con que se desarrollaron las entrevistas a profundidad, en las cuales participaron once personas: 80% se desempeñaron en su momento como funcionarios de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán, y 20% colaboraron con la Secretaría de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Pátzcuaro.

Acerca de la primera pregunta abierta, ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) de la Zona Lacustre de Pátzcuaro considera importantes y qué debería conservarse?, se hizo mención de los siguientes elementos codificados, de mayor a menor importancia: la Gastronomía, la Noche de Ánimas, las Tradiciones, la Música, la Vestimenta, el Lago y la Lengua Purépecha. Por su parte, la segunda pregunta, ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como las más atractivas de la Zona Lacustre de Pátzcuaro?, se mencionaron en primer lugar la Arquitectura (15.62%); en segundo lugar, la Gastronomía y la Noche de Ánimas (12.5%), y tercer lugar, el Lago y las Zonas Arqueológicas (9.37%). En la gráfica de la Figura 11 se muestra el cotejo entre lo que prefieren mostrar o conservar por parte de estos agentes.

*Figura 11. Gráfica con porcentajes sobre los elementos a mostrar y a conservar por funcionarios.*




Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de las entrevistas

En relación con la última pregunta mencionada acerca de sitios y expresiones que deberían de mostrarse a los turistas como atractivo, pero incluyendo opciones cerradas con referencias fotográficas, se mencionaron: la Noche de Ánimas (45,5%), el Lago de Pátzcuaro (27,3%), las Yácatas (9,09%), templo El Sagrario (9,09%) y el templo de San Nicolás de Bari de Santa Fé de la Laguna (9,09%). Resulta significativo que de 14 opciones posibles, el consenso resultante fue muy alto y, por otra parte, respecto a Santa Fé de la Laguna, los entrevistados aludieron a la película "Coco" (2017, producciones PIXAR). De igual modo, el mercado de artesanías de Santa Clara del Cobre fue mencionado en segunda y tercera posición, en función de la importancia que ellos les confieren a las artesanías como atractivo de la Zona Lacustre. Por su parte las Zonas Arqueológicas (las Yácatas), aunque solo presentan el 9,09% en primera posición, fueron frecuentemente ubicadas en segunda y tercera posición con un 27,3% en cada una de ellas.

En cuanto a las demás respuestas de las preguntas totalmente abiertas, las acciones que los entrevistados propondrían para favorecer la conservación de los espacios o expresiones mencionadas, se destaca que es fundamental el trabajo de concientización de los habitantes, mediante información y promoción de la responsabilidad social que conlleva la actividad turística. Es decir, que la mayoría de los funcionarios ven como parte fundamental de la gestión turística y a través de la publicidad que los habitantes reconozcan y se apropien de su patrimonio.

Para que se lleve a cabo lo anterior, a los funcionarios les resulta importante que los habitantes sean informados sobre los programas turísticos "respetando sus usos y costumbres", ya que aseveran que, si el patrimonio no es acogido por parte de la sociedad receptora, no se tendrá éxito en su gestión. Reconocemos estas observaciones como activo fundamental para la gestión sostenible y que muestran aquello que los funcionarios tratan de llevar a cabo; sin embargo, también se identificó que existen discrepancias por parte de estos agentes acerca de los métodos que hasta hoy se han aplicado.

Los gestores del patrimonio, entendido este como recurso-producto primario del sistema turístico a nivel territorial o urbano (De la Calle, 2002), están encontrando bastantes dificultades para racionalizar la inserción de la función turística (Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba, 2016). Así, respecto a la percepción de la Ruta de Don Vasco en específico, destacaron las siguientes impresiones: "se ha magnificado la ruta, pues lo importante es el aprendizaje y producción inmaterial"; "es necesario la actualización de las estrategias de marketing"; "la mayor inversión se ha visto en la infraestructura de los Pueblos Mágicos de la región"; "falta posicionar a más poblaciones"; "no está bien estructurada"; "antes que promocionar hace falta atención a los servicios turísticos", entre otras. La mayoría de estas observaciones se plasmaron en parte del análisis que hicieron Hiriart Pardo y Mínguez (2016) a la funcionalidad de la Ruta de Don Vasco, investigación cuyas fuentes de información y profundidad de análisis son distintas, pero que llega a conclusiones muy similares al estudio que aquí se presenta.

De igual modo, según Martha Martos Molina (2014) bajo su contexto español, no siempre existe "una planificación sobre la comercialización posterior de la ruta que se está creando" (p. 21). Así, existen muchas rutas diseñadas con intención de ser turístico-culturales sin ver antes la demanda, que se carece de servicios básicos para el visitante, por lo que no se constituyen realmente como productos turísticos aunque se promocionen como tal.

Del discurso predominante de este sector se deja ver la crítica hacia la misma publicidad turística, que para algunos ha sido más ponderada a nivel internacional de lo que realmente amerita, para otros no se encuentra estructurada

o actualizada. Sin embargo, la mayoría observa que la realidad territorial no refleja lo que se oferta, en el sentido de la viabilidad de la realización del circuito como tal. Es decir, que critican a la publicidad porque, como en muchos otros casos (y parte de su misma función), se ha limitado a llevar la información fuera de este territorio y no se ha utilizado para crear cohesión social en torno al patrimonio.

Asimismo, se destaca también una doble apreciación por parte de los gestores: Primeramente mencionan que es notorio el interés o necesidad de que la sociedad receptora sea partícipe de los servicios turísticos, indicando que en algunas comunidades existe cierta reticencia a los agentes externos, lo cual a veces obstaculiza los proyectos aunque se apliquen estrategias de comunicación o capacitación. Generalmente, desde la percepción de los gestores del sector oficial, se espera que las personas —las cuales son mayoritariamente utilizadas como parte de imagen publicitaria— acepten adaptarse a la expectativa que los visitantes esperan encontrar acerca de los usos y costumbres tradicionales, más aún si es que prestan algún servicio al viajero. Así, atendiendo a que lo "indígena" es el atractivo turístico y esto se identifica con una anfitrionía cálida, trabajo arduo y pureza, entre otras preconcepciones –connotadas en la imagen turística-, los funcionarios esperan que los habitantes de las comunidades locales exhiban esos criterios o al menos presten servicios conforme a esas nociones, trasmitidas por la publicidad e incorporadas a la expectativa del visitante.

Sin embargo, el otro discurso se refiere a una (posible) "costumbre paternalista de los indígenas" (así aludidos en el discurso de los funcionarios), quienes esperan apoyo económico del Estado o de los visitantes, lo que los hace mostrarse como víctimas de un sistema económico y político para obtener algo a cambio. Desde nuestra perspectiva, en esta posible realidad entra en juego el valor de cambio, cuestión que hace más difusa la lectura de la autenticidad, pues así es como se presentan los casos de simulacros y re-presentaciones de expresiones culturales de la región, como puede ser la escenificación de la pesca tradicional en el lago o la extensión de la Noche de Ánimas hacia lugares donde anteriormente no se realizaba con tanto fervor.

## Contenido de la publicidad y discurso del sector turístico público

Después de revisar la imagen turística, la percepción de los gestores turísticos y sus respectivos análisis, se eligió hacer un contraste más generalizado, incluyendo las categorías de Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje-panorama. Como se indicó en el análisis de los recursos visuales para la publicidad en la zona de estudio, la arquitectura exterior resultó ser la sub categoría más utilizada (21%), es decir, Patrimonio Material edificado. Sin embargo, de manera global el Patrimonio Inmaterial fue el más predominante, al mencionarse diversidad de elementos como la gastronomía y las expresiones religiosas. Los funcionarios mencionaron abiertamente los elementos de Gastronomía, Noche de Ánimas, Tradiciones, la Música, la Vestimenta, el Lago y la Lengua de la Zona Lacustre como los elementos a conservarse. Es muy clara la diferenciación entre unos elementos y otros, dominando lo inmaterial en la percepción de los funcionarios y lo material en los recursos visuales para la publicidad.

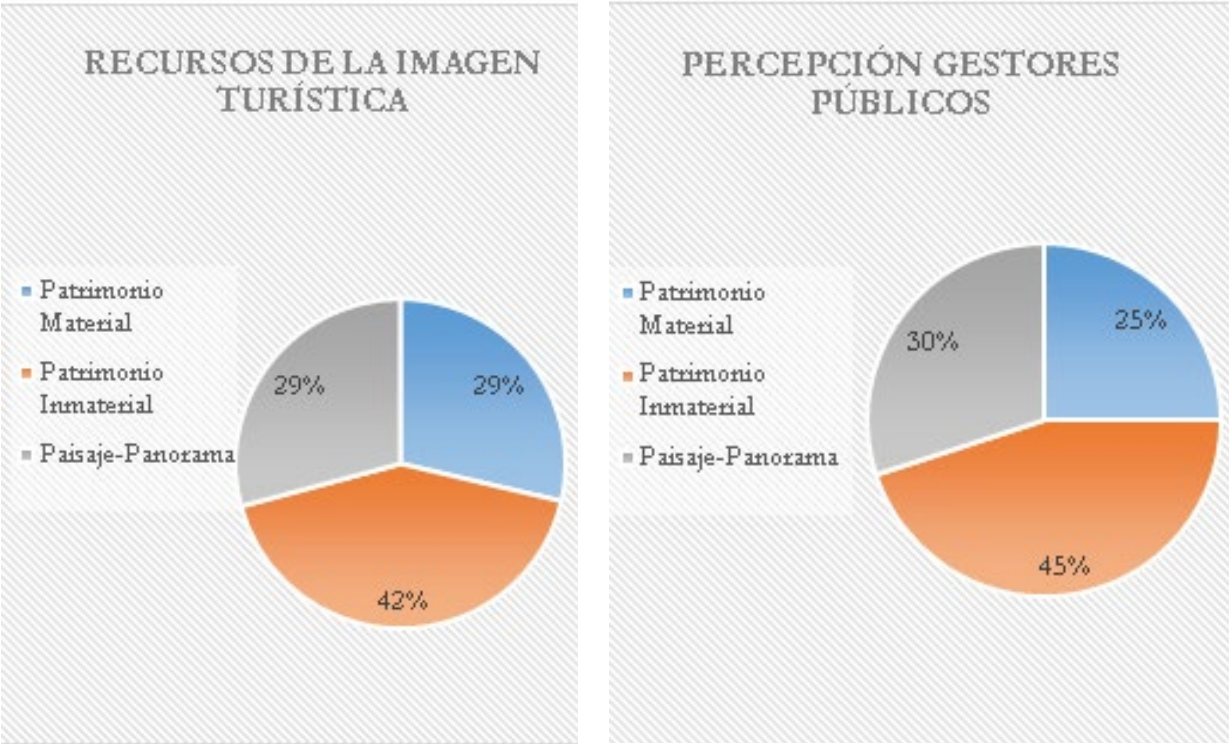
Las respuestas de la pregunta sesgada muestran un mismo orden, el Patrimonio Inmaterial en primer lugar, después el Paisaje-panorama y finalmente el Patrimonio Material. La relación entre los elementos en la imagen turística y en el discurso de los gestores públicos resulta muy contrastante, ya que podría esperarse que la percepción de los gestores

públicos tuviera más similitud con la imagen turística mostrada. Ello, a pesar de que la mayoría de funcionarios participantes son o fueron encargados del marketing de la zona o gestores directos de la Ruta de Don Vasco, independientemente de su período laboral.

Con énfasis en las respuestas abiertas y en los comentarios generales de los funcionarios, se puede decir que su inclinación hacia ciertos elementos inmateriales se relaciona con la gestión tras la inscripción en 2010 en "la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de dos manifestaciones: La Pirekua, Canto Tradicional de los P'urhépechas, (Nomination file No. 00398) y la Cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva: El paradigma de Michoacán (Nomination file No. 00400)" (Ojeda Dávila et al., 2015, p.115). Además, con anterioridad ya estaba inscrita la tradición de la Noche de Ánimas desde el año 2008.

Las expresiones inmateriales de cultura no se encontraban con tanta fuerza en las representaciones de la primera mitad del siglo XX, salvo el caso de la Noche de Ánimas que apareció en películas como Janitzio de 1934 y Maclovia de 1948 (Ramey, 2010). Por su parte el patrimonio material permanece constante en la imagen turística desde el principio y los funcionarios lo gestionan con la visión de ser estáticos y permanentes, un atractivo seguro; inclusive, en algunos casos, mientras más antiguos luzcan, más sugestivos resultan. En la Figura 12 se muestra la comparación entre la imagen turística y la percepción de los gestores.

*Figura 12. Cotejo entre recursos de la imagen turística y la percepción de los gestores*




Fuente: elaboración propia a partir de porcentajes generales

## Reflexiones finales

En retrospectiva, desde la última década del siglo XIX e inicios del XX, es claro que los rasgos indígenas, la población Tzintzuntzan, el paisaje Lacustre, incluyendo los pescadores y la isla de Janitzio, fueron objeto de promoción turística sin una intención inicial evidente. Fue poco a poco que estos elementos del patrimonio de la región se convirtieron en íconos, para destacar como principales recursos de la imagen turística. En cambio, el templo de la Virgen de la Salud y las fuentes de Pátzcuaro, perdieron fuerza simbólica para los visitantes o para el hecho turístico. Suponemos que las fuentes atraían por su función junto a las personas que las utilizaban, lo cual expresaba parte de lo pintoresco del sitio. Por su parte, la basílica de la Virgen de la Salud de igual modo tuvo su función, además de centro de culto como emblema de cohesión social hacia las localidades de la zona lacustre, sobre todo cuando Pátzcuaro se consolidaba como centro comercial de la región.

Para dilucidar el papel que han jugado las imágenes de los bienes y expresiones culturales de la región, durante las últimas décadas, se partió del análisis de la imagen turística, así como de los elementos de promoción y de representación actual del patrimonio en la Zona Lacustre de Pátzcuaro, pero sin una disertación contrastada o más profunda, ya que el análisis más sustancioso se refleja en función de la percepción de los actores involucrados en la gestión turística. En definitiva, en el discurso más reciente del sector turístico público se hace alusión en mayor medida a muchos de los elementos inmateriales del patrimonio, lo que se puede manifestar en la canalización de recursos para promoverlos o conservarlos (García Quevedo, 2020).

Sin duda, el patrimonio inmaterial se ha promovido notoriamente con la serie de festivales y exposiciones derivados de la incorporación de patrimonio inmaterial vinculado con las comunidades indígenas purépechas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. En cambio, tras el análisis de la imagen turística —que refleja el nivel de promoción— se revela la importancia del patrimonio edificado como recurso visual. Por tanto es importante estudiar el nivel de gestión y salvaguarda del patrimonio edificado, temática que se ha desarrollado en otra parte de la investigación doctoral que da origen al presente texto.

Parte de las impresiones de los funcionarios radican en que la publicidad se ha limitado a llevar la información fuera de este territorio —como parte de su misma función—, y no se ha utilizado para crear cohesión. Tal como lo menciona Hernández (2011), parte de las consecuencias de la aplicación de rutas turísticas es que tienden a la descontextualización del patrimonio, a la desarticulación de los territorios donde se enclavan y a la construcción de imágenes territoriales que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales de las sociedades donde se implantan.

Más allá de la identificación de la necesidad de una mejor aproximación entre las comunidades indígenas y el sector turístico, creemos que es menester que dentro de este tipo de proyectos turísticos se incorpore la participación de especialistas de diversas disciplinas, como la antropología o la sociología. Dentro del discurso institucional, es evidente una frustración por parte de los funcionarios en relación con las dificultades de una adecuada comunicación con las comunidades originarias, pese a los intentos que éstos hacen para tratar de negociar, por ejemplo, ofreciendo intercambio de servicios y apoyos.

Además, la oferta-demanda propicia la creación de simulacros o falsificaciones; es decir, que indirectamente el

sector turístico público promueve, mediante la capacitación de la sociedad receptora y de la publicidad turística —imagen—, el intercambio de escenas y experiencias para un supuesto desarrollo local. En esa actuación oficial, se advierte una percepción sesgada de los conceptos de mundo y de las aspiraciones de los habitantes de esas comunidades, poniendo en tela de juicio la validez de las estrategias de intervención del ámbito público.

Por su parte, la figura humana o subcategoría de Gente Local en la imagen turística es lo que más ha denotado conceptos de autenticidad, misticismo, calidez, etc.; de igual manera, son el elemento patrimonial o "recurso visual", que en el discurso de los gestores resultan más importantes, tal vez porque frente a ellos (los habitantes) se encuentran con este reto de comunicación a sobrellevar. Se puede entender este discurso como una queja hacia el tipo de relaciones que se han llevado con las comunidades y, por tanto, los funcionarios le dan tanto peso a las contrariedades suscitadas en el aspecto social. Este aspecto es un campo en donde no se puede tener control, tal como se tiene con los monumentos históricos utilizados como atractivo, pues en los inmuebles se puede intervenir o no de acuerdo a los requerimientos, en tanto que la relación con las comunidades resulta compleja.

Es probable que las vivencias de los gestores públicos generen un imaginario en el paradigma de lo social y en la percepción de las expresiones intangibles, lo cual incentiva que lo inmaterial se convierta en un recurso de mayor peso en la creación de experiencias "auténticas". Una imagen congelada en el tiempo puede atraer a muchos visitantes, pero las vivencias son las que crean fidelidad. Sin embargo, también la variedad en los recursos visuales podría diversificar los itinerarios turísticos.

## Referencias Bibliográficas

Alvarado Sizzo, I. (2012). El espacio subjetivo de la ciudad de Morelia en relación a su Centro Histórico y el turismo cultural. Un estudio de percepción e imagen [Tesis de doctorado no publicada], Universidad de Castilla la Mancha, Toledo.

Castellanos Arenas, M. (2012). El patrimonio cultural territorial. Historia, paisaje y gestión en Metepec, Puebla (México) (Tesis doctoral). Universidad de Girona.

Breheme, H. (1942). On Lake Patzcuaro, in the State of Michoacan, Mexico. Colección privada de José Manuel Martínez Aguilar.

Chávez, C. G. (3013). Imágenes construidas. Los inicios de la fotografía en Morelia. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Codeluppi, V. (2007). El papel social de la publicidad. Pensar la publicidad, 1(1), 149-155.

De la Calle, V. M. (2002). La ciudad Histórica como destino turístico. Editorial Ariel.

Eco, U. (1986). La estructura ausente: Introducción a la semiótica. Lumen.

Fernández Gómez, J. D. (2004). ¡Mírame! Teoría y práctica de los mensajes publicitarios [reseña]. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, 1(2), 225-229.

García Quevedo, K. M. (2020). Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia.

García Quevedo, K. M. y Mercado López, E. (2019). De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio. La Ruta de Don Vasco. Journal of Tourism and Heritage Research, (1), 260-272.

García Sánchez, E. (2015). El turismo en Pátzcuaro (México). Percepciones del visitante extranjero entre 1880-1920. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(3), 477-489.

Giménez, G. (1996). Territorio y cultura. Estudios sobre las culturas contemporáneas, 2(4). 9-30.

Graham, A., Ashworth, G. y Tunbridge, J. E. (2000). Geography of Heritage. Oxford University Press.

Hall, S. (1997). The work of representation. Representation: Cultural representations and signifying practices (2° ed.) Sage.

Hernández Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(2), 225–236.

Hernández S. R., Fernández C. C. y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). Editorial Mc Graw Hill.

Hiriart Pardo, C. A. (2018). La imagen turística del Centro Histórico de Morelia: promoción y gestiones a partir de su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial (1991-2017). En I. Alvarado-Sizzo y A. L. López (Eds.), Turismo, patrimonio y representaciones espaciales (pp. 101-134). Colección Pasos Edita, 22.

Hiriart Pardo, C. A. y Mínguez, G. C. (2016). Coyuntura, retos, oportunidades y estrategias para el desarrollo de un producto turístico cultural en México: la Ruta Don Vasco en Michoacán. International Journal of Scientific Managment Tourism, 2(3), 369-396.

Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Sage.

Martínez Aguilar, J. M. (2017). Una mirada al surgimiento del turismo en Pátzcuaro. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 15(2).

Martos Molina, M. (2014). Las rutas culturales en el desarrollo territorial. Estudio de casos y propuestas para el Camino Real e Intercontinental. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 224.

Mercado López, E. (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(4), 1027-1040.

Mercado López, E. (2017). La imagen turística de las ciudades patrimonio y los pueblos mágicos de México desde una perspectiva histórica, en Turismo, patrimonio y representaciones espaciales En I. Alvarado-Sizzo y A. L. López (Eds.),Turismo, patrimonio y representaciones espaciales (pp. 55-80). Colección Pasos Edita, 22.

Miranda, G. (2007). El turismo como factor de transformación del paisaje cultural: revisión teórica-conceptual. En M. Osorio y G. Novo (Coords.), Entorno del turismo, perspectivas, Vol. 2, (pp. 37-63). Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca.

Moya Pellitero, A. M. (2011). La percepción del paisaje urbano. Biblioteca Nueva.

Ojeda Dávila, L., Mijangos Díaz, E. N., y Mercado López, E. (Coords.). (2015). Cultura, Sociedad y Políticas Públicas: Pasado y Presente del Patrimonio Cultural en Michoacán. Editorial Morevalladolid.

Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. Política y Sociedad, (27), 63-76.

Prats, L. (2011). La viabilidad turística del patrimonio. PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural, 9(2), 249-264.

Ramey, J. (2010). La resonancia de la conquista en Janitzio. Revista Casa del tiempo, 3(30), 54-57.

Ramírez Romero, E. (1986). Catálogo de monumentos y sitios de la región lacustre. Pátzcuaro. Tomo I. Gobierno del Estado de Michoacán, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Rodríguez, V. (1998). Turismo urbano y cultural en internet. En M. J. Marchena (Ed.), Turismo urbano y Patrimonio Cultural. Una perspectiva europea (pp. 55-79). Diputación de Sevilla.

Roma Casanovas, F. (2009). Turismo y Paisaje: Una geografía de la representación turística. Bubok Publishing.

Ruiz, M. P. y Menero, E. M. O. (2011). Procesos de «re-imageneering» turístico: el eclipse de la identidad local de Valencia. Cuadernos de Turismo, (28), 191-214.

Torres i Prat, J. (2004). Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad. Icaria.

Troitiño Vinuesa, M. Á. (2011). Territorio, patrimonio y paisaje: Desafíos de una ordenación y gestión inteligentes. Ciudad y territorio. Estudios territoriales, 43(169-170), 561-569.

Troitiño Vinuesa, M. Á. y Troitiño Torralba, L. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, 20(543).

Velasco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Cuadernos de Turismo, (23), 237-253.

Weber, R. P. (1990). Basic Content Analysis (2ª ed.).Sage.